

трудный путь, преодолевая проблемы с производительностью, масштабируемостью и интеграцией, пока не поняли, что выбранные ими программные средства электронной торговли еще слишком незрелы и не соответствуют реалиям их деловой жизни.

Поэтому крайне желательно соединять деловые процессы с процессами, в которых участвуют покупатели. По мере того, как деловые партнерства и другие коммерческие сообщества будут получать все большее распространение в Интернете, начнется объединение процессов экономической деятельности и совместного использования информации.

Постепенно и в существенной мере уйдут в прошлое традиционные долговременные деловые ассоциации, поскольку общие тенденции развития экономики подталкивают предпринимателей к созданию краткосрочных союзов, способных быстро добиваться цели и удовлетворять спрос динамичного рынка.

Надо сказать, что взгляды на роль государства в развитии электронной торговли в разных странах и регионах земного шара заметно различаются. В США, например, настаивают на беспопышном статусе электронной торговли и сведении управляющих функций государства к минимуму.

Европа же, напротив, придерживается курса на регулирование государством деятельности в сфере электронной торговли. Аналогичная точка зрения преобладает в Азиатско-Тихоокеанском регионе – там считают, что электронная торговля должна облагаться налогами и разумно контролироваться компетентными органами.

В остальных странах пока лишь изучают вопрос о том, как электронная торговля и электронный бизнес в целом способны повлиять на их экономическое развитие.

Тем не менее, заниматься проблемами электронной торговли никогда не поздно. Многие здесь происходит как в мультфильме «Паровозик из Ромашково»: -Да вы же опоздали на три дня! - Ну и что, -сказали пассажиры. - А могли бы опоздать на все лето, на весну и на всю жизнь.

## **Внешнеэкономическая инфраструктура и ее роль в формировании межрегиональных связей Беларуси и России**

*Бразовская Ольга Сергеевна*

*Институт экономики НАН Беларуси*

Внешнеэкономическая инфраструктура выступает как основной интегрирующий инструмент процессов международного экономического сотрудничества регионов Беларуси и России, обеспечивая их организационное обустройство. К ее объектам относятся торговые представители, торговые дома, сервисные центры, филиалы предприятий, консигнационные склады, а также различного рода дилеры и дистрибьюторы. Анализ их функционирования на российском рынке позволил сделать следующие выводы о состоянии внешнеэкономической инфраструктуры: через товаропроводящую сеть в Россию Республикой Беларусь реализуется не более 0,2 % от общего объема производимой продукции. Наибольший удельный вес в товарной номенклатуре

поставляемой продукции занимают минеральные, химические и калийные удобрения - около 91 %, значительно меньше - крученая проволока, тросы, канаты - 2,63 %, и частично – оборудование автомобилей и тракторов. Чрезвычайно мала доля во внешнеторговом обороте товаров лидирующих по объемам производства в Беларуси. Основными элементами внешнеэкономической инфраструктуры, созданными с участием белорусского капитала, являются торговые дома, сервисные центры, консигнационные склады и сеть магазинов, формирующих фирменную торговлю крупных поставщиков. Большая часть из них принадлежит нескольким белорусским концернам: "Беллегпром", "Беллесбумпром", "Белнефтехимпром" и размещается в Центральном, Северо-Западном округах России, входящих в их состав областях, что обусловлено, прежде всего, территориальной близостью указанных регионов к Республике Беларусь и их более высоким уровнем социально-экономического развития по сравнению с другими регионами.

К факторам, затрудняющим эффективное использование внешнеэкономической инфраструктуры в межрегиональном экономическом сотрудничестве, следует отнести: узкую специализацию объектов товаропроводящей сети, низкий уровень информационно-маркетингового обслуживания межрегиональных связей Беларуси и России; низкую эффективность деятельности отдельных объектов как самостоятельных хозяйствующих субъектов, преимущественно отраслевой подход к созданию внешнеэкономической инфраструктуры, что не отвечает задаче комплексного охвата интеграционными связями экономических субъектов двух стран и очень часто сопровождается нехваткой финансовых ресурсов; слабую координацию деятельности между всеми видами инфраструктуры.

Дальнейшее совершенствование функционирования внешнеэкономической инфраструктуры может быть связано со следующими направлениями:

1. Создание постоянно функционирующих в регионе торговых домов, к функциям которых были бы отнесены закупка товаров за счет собственных средств и на условиях комиссии, продажа товаров по каталогам и посредством Интернет.

2. Усиление межотраслевого и регионального подхода к формированию внешнеэкономической инфраструктуры за счет кооперации средств нескольких предприятий, производящих взаимодополняющую или сопутствующую продукцию, диверсификации продукции, представленной в фирменных секциях, филиалах и представительствах; привлечения российского капитала в создание товаропроводящей сети; организации сотрудничества с иными сопряженными структурами: информационно-консультационными, юридическими, кредитно-банковскими, научно-исследовательскими учреждениями, действующими в данном регионе.

3. В качестве важнейшей предпосылки более активного "подключения" к различным формам международного сотрудничества целых регионов может рассматриваться повышение качества маркетинговых исследований зарубежных рынков и поиск более эффективных способов

передачи такой информации заинтересованным потребителям. В данном аспекте следует говорить о региональном маркетинге, предполагающем комплексные маркетинговые исследования региональных рынков других стран и реальных запросов их потребителей как целостных потребителей продукции, деятельности целых регионов по сбыту товаров и предоставлению услуг как целостных образований, объединяющих множество производителей разнородной продукции.

## **Торговля без посредников - главный фактор перехода к новым формам торговли электронной коммерции**

*Паньшин Борис Николаевич*

*заведующий кафедрой менеджмента БГУ*

Главой государства поставлены задачи по дальнейшему совершенствованию внешнеторговой деятельности, оптимизации и повышению «прозрачности» потоков вывозимой из Беларуси и ввозимой в республику высокодоходной и высоколиквидной продукции, в том числе товаров критического импорта и экспорта.

Экспортно-импортные операции с прибыльной продукцией зачастую неэффективны из-за цепочки многочисленных посредников, к которым вынуждены обращаться предприятия для решения проблем сбыта продукции. При этом каждое посредническое звено увеличивает конечную цену потребителя на 5-10%.

Решить проблему сокращения числа посреднических структур возможно только при использовании современных информационных технологий, инструментов и механизмов электронной торговли.

С этой целью предприятиям могут использовать различные модели и формы ведения бизнеса в Интернет: электронные витрины, электронные каталоги, электронные аукционы, Интернет – порталы, электронные торговые площадки.

Эти инструменты предлагаются рядом ведущих белорусских компаний, специализирующихся в сфере электронного бизнеса.

Использование возможностей Интернет для представления информации о предприятии, его продукции и услугах, а также для создания электронной торговой площадки, позволяет существенно (в 10 – 20 раз) сэкономить затраты на информирование о деятельности предприятия и рекламе продукции и услуг, а также осуществлять эффективный маркетинг и формирование ценовой политики.

Мировой опыт показывает, несмотря на то, что электронная торговля в общем товарообороте пока занимает 5—10%. Но никто от нее не отказывается, наоборот, пытается включиться в нее, потому что это создает совершенно новую информационную бизнес - среду. Если даже 1% сделок идет через ее механизмы, то 99% сделок совершаются благодаря электронной рекламе и электронному маркетингу. При этом создаются лучшие условия для создания прямых связей между товаропроизводителем и потребителем.